

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Pasar Modal Syariah.....	17
2.1.3 <i>Social Media Platform</i>	23
2.1.4 <i>Financial Literacy</i>	25
2.1.5 <i>Individual Background</i>	28
2.1.6 Partisipasi Pasar Modal Syariah	33
2.2 Hubungan Antar Variabel	35
2.2.1 Hubungan <i>Social Media Platform</i> terhadap Partisipasi Pasar Modal Syariah Pada Generasi Z.....	35
2.2.2 Hubungan <i>Financial Literacy</i> terhadap Partisipasi Pasar Modal Syariah Pada Generasi Z.....	36
2.2.3 Hubungan <i>Individual Background</i> terhadap Partisipasi Pasar Modal Syariah Pada Generasi Z.....	37
2.3 Penelitian Terdahulu	38

2.4	Kerangka Penelitian.....	43
2.5	Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN.....		45
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	45
3.1.1	Variabel Penelitian	45
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	46
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
3.2.1	Populasi	48
3.2.2	Sampel	49
3.3	Jenis dan Sumber Data	50
3.3.1	Data Primer.....	50
3.4	Metode Pengumpulan Data	51
3.5	Metode Analisis Data	52
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	52
3.5.2	Uji Instrumen Data	54
3.5.3	Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	55
3.5.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.5.5	Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	60
4.1.1	Gambaran Umum Objek.....	60
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	60
4.2	Analisis Data	65
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	65
4.2.2	Uji Instrumen Data	70
4.2.3	Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	72
4.2.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.2.5	Uji Hipotesis	80
4.3	Pembahasan	84
4.3.1	Pengaruh <i>Social Media Platform</i> terhadap Partisipasi Pasar Modal Syariah	84
4.3.2	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap Partisipasi Pasar Modal Syariah	86

4.3.3 Pengaruh <i>Individual Background</i> terhadap Partisipasi Pasar Modal Syariah	88
BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Keterbatasan Penelitian	91
5.3 Saran	91
5.3.1 Saran Bagi Investor	91
5.3.2 Saran Bagi Penelitian yang akan Datang	92
5.3.3 Saran Bagi OJK (Otoritas Jasa keuangan) dan Pemerintah	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	98